

4^e Forum GrandeRégion de l'UniGR-CBS

REDYNAMISATION DES CENTRES-VILLES:

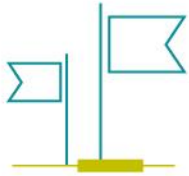
LE COMMERCE DE DÉTAIL EN ZONE FRONTALIÈRE : OFFRE, DEMANDE, RÉGULATION

SITUATION EN WALLONIE ET POINT DE VUE PERSONNEL

J.-M. Lambotte
Coordinateur scientifique du Lepur
Université de Liège
Membre de l'UniGR-CBS
Membre du comité scientifique
Du projet SDT GR

Avec le soutien de :





Part des achats sur internet et hors Wallonie

Importance relative de la fuite commerciale à partir du territoire wallon par type de fuite et par type d'achats en 2015 dans l'ensemble des dépenses commerciales

Type d'achats	Part des achats par correspondance et internet	Part des achats dans des commerces physiques hors Wallonie	Part de la fuite totale des achats
Courants (alimentaire)	0,1%	3,2%	3,3%
Semi-courants légers	8,4%	8,3%	16,7%
Semi-courants lourds	1,4%	8,2%	9,6%
Total des achats	2,7%	5,6%	8,2%

Source : SEGEFA-ULiège, enquête MOVE, 2015

Dépenses wallonnes au G-D Luxembourg en 2011 (Millions d'€/an)

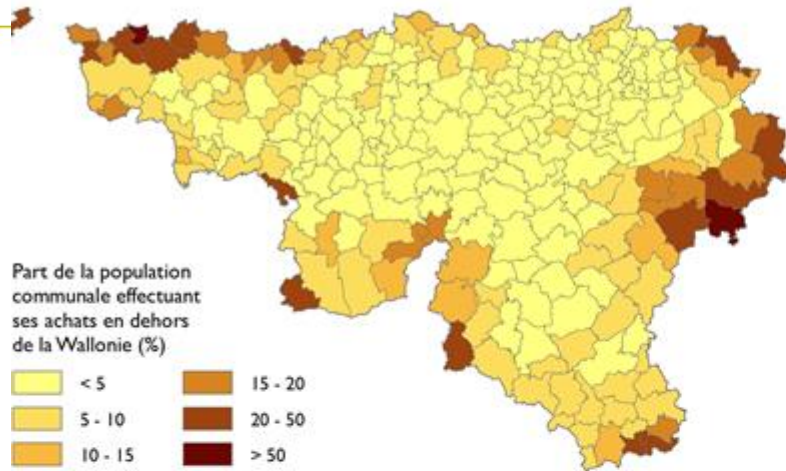
Ensemble des achats	Achats courants	Achats semi-courants légers	Achats semi-courants lourds
57,3	28,7	22,6	6,0

Source : SEGEFA-ULiège, enquête MOVE, 2011



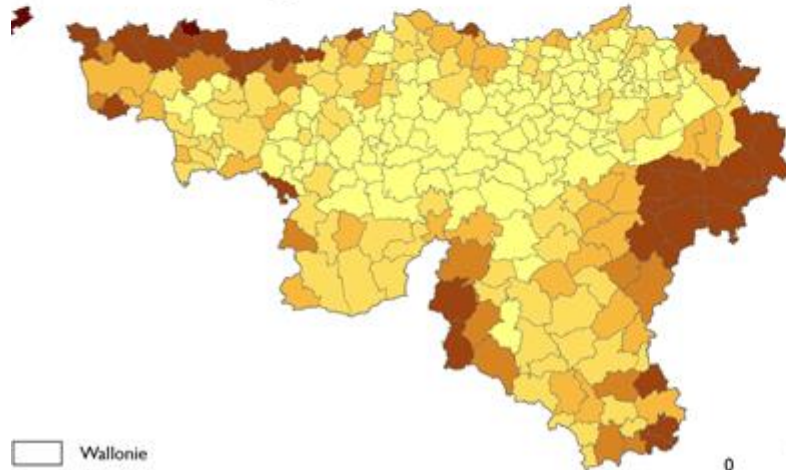
Distribution par commune de résidence et par type d'achat de la part des achats effectués dans des commerces physiques par-delà les limites de la Wallonie en 2015

Ensemble des achats en biens de consommation



• Concurrence étrangère

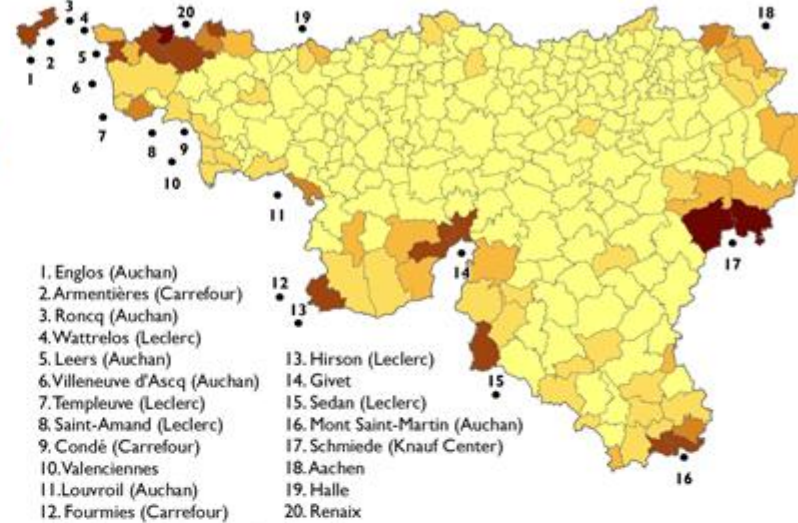
Achats semi-courants légers



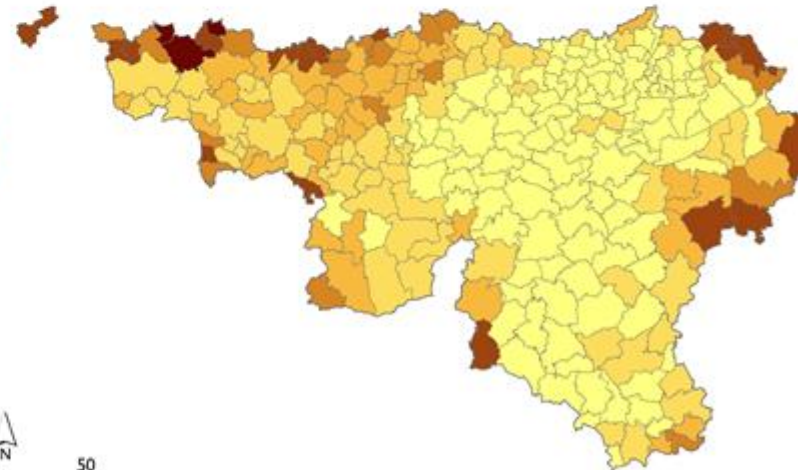
Wallonie
Commune



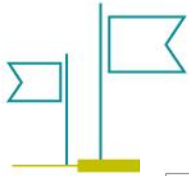
Achats courants



Achats semi-courants lourds

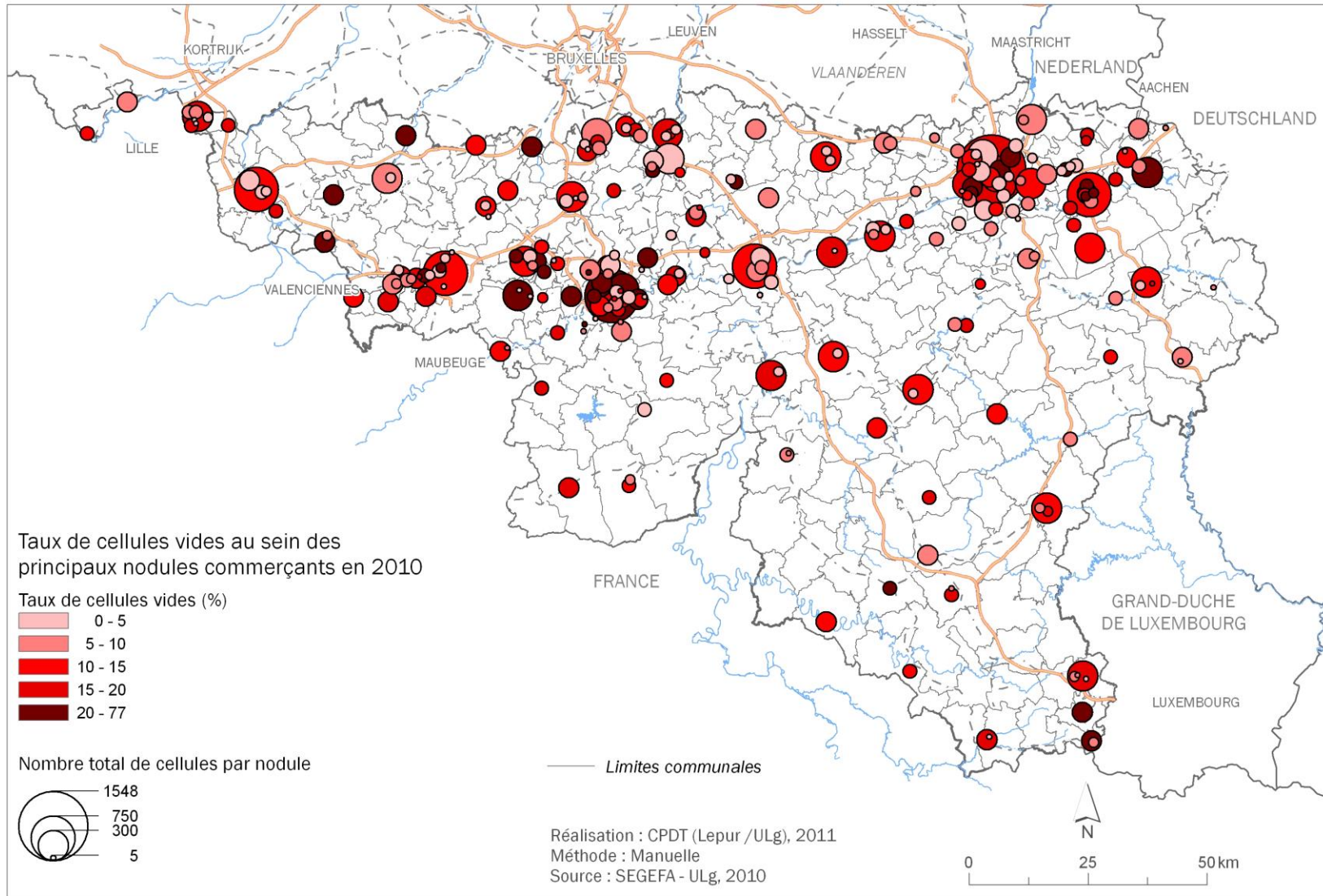


Source des données : SEGEFA-ULg, 2016 - © SEGEFA-ULg, 2016



Distribution par commune de résidence et par type d'achat de la part des achats effectués dans des commerces physiques par-delà les limites de la Wallonie en 2015

Démographie et migration: Attractivité par rapport au

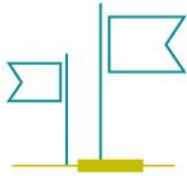




Distribution par commune de résidence et par type d'achat de la part des achats effectués dans des commerces physiques par-delà les limites de la Wallonie en 2015

Démographie et migration: Attractivité par rapport au rétrécissement

Nom du nodule commercial	Nbre pdv total	Nbre pdv actif	Nbre cellules vides	Taux de vacance (en %)	Surface de vente totale	Surface de vente active	Surface de vente vide	Taux de surface vide (en %)
Vielsalm - Centre	95	88	7	7,4	9.280	8.735	545	5,9
Bastogne - Centre	269	239	30	11,2	26.045	22.370	3.675	14,1
Virton - Centre	111	98	13	11,7	8.415	7.660	755	9,0
Malmedy - Centre	231	202	29	12,6	29.045	27.555	1.490	5,1
Saint-Vith - Centre	143	122	21	14,7	10.555	9.290	1.265	12,0
Arlon - Centre	269	229	40	14,9	20.390	17.110	3.280	16,1
Houffalize - Centre	52	43	9	17,3	4.125	3.675	450	10,9
Messancy	183	149	34	18,6	81.920	69.400	12.520	15,3
Athus	125	84	41	32,8	10.580	5.740	4.840	45,7



Mobilität, Verkehrsinfrastrukturen und öffentlicher Verkehr

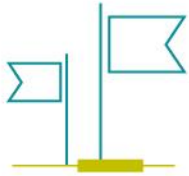
Mobilité, infrastructures de transport et transport public

Taux de vacance commerciale dans le parc total commercial en Wallonie, Flandre, France et Pays-Bas

Année	Taux vis-à-vis du nombre de cellules	Taux vis-à-vis de la surface de vente
WALLONIE		
2010	12,9%	6,9%
2012	13,1%	7,0%
2014	15,3%	8,8%
FLANDRE		
2008	5,4%	4,9%
2014	8,6%	7,4%
PAYS-BAS		
2005		5,5%
2010		6,0%
2015		9,2%
FRANCE		
2012	7,2%	
2013	7,8%	
2014	8,5%	

[1] Contrairement aux autres territoires, les données pour la France ne concernent que les centres-villes de 200 des plus grandes agglomérations.

Sources : Wallonie – SEGEFA-ULg – données LOGIC – 2010, 2012 et 2014 ; Flandre – Detailhandel in Vlaanderen <http://www.detailhandelvlaanderen.be/gemeenten-en-provincies> d'après LOCATUS, 2008 et 2014 ; Pays-Bas – Planbureau voor de Leefomgeving <http://www.pbl.nl/infographic/leegstand-van-winkels-2005-2015> d'après LOCATUS, 2005, 2010 et 2015 ; France : PROCOS (2015) Observatoire de la vacance commerciale Prococos, in : Conférence de presse - 24 juin 2015, pp. 2-6



Les dispositifs de régulation des implantations commerciales

La Grande Région : divergence entre l'Allemagne et le reste

- La législation encadrant les implantations commerciales diverge entre les 5 versants de la GR
 - Jadis, 2 logiques existaient. En Belgique, France et Grand-Duché, jusqu'il y a peu, existait une réglementation relative au commerce nécessitant l'octroi d'une autorisation spécifique (en plus du permis de construire) basée sur des critères de type socio-économique (cf. impact sur la concurrence). Vu la directive service, ce cadre légal y a évolué pour tenir compte de critères nouveaux en phase avec les règles européennes facilitant la libre-circulation des services.
 - En Allemagne (+ dans d'autres pays rhénans, nordiques et anglo-saxons), les implantations commerciales sont régies par des principes relativement stricts relevant de l'aménagement du territoire. Dans ce pays, le commerce de détail doit :
 - respecter la hiérarchie urbaine (en référence à la théorie des places centrales de Christaller)
 - être placé au bon endroit en fonction de critères liés à l'accessibilité. Les assortiments relevant pour les centres-villes (commerces d'achats semi-courants peu pondéreux) doivent être localisés dans des périmètres de centre-ville ou de centre secondaire de grdes agglomérations bien pourvues en TC. Les commerces d'achats semi-courants pondéreux sont par contre libres de s'installer en périphérie où la dépendance à la voiture est forte.

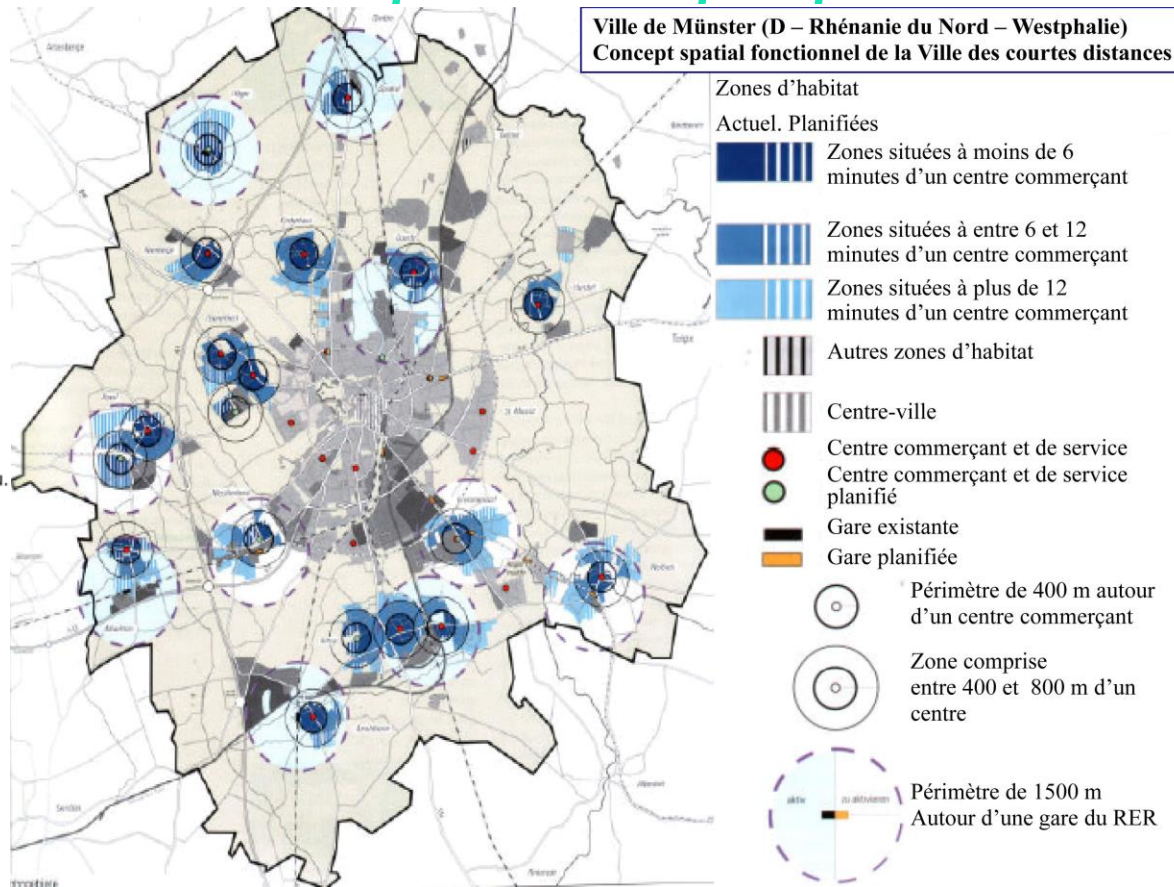
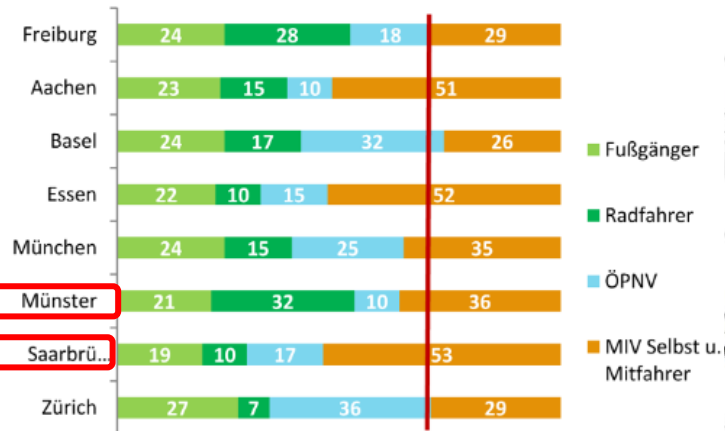
Chaque land est libre d'adopter ses propres règles qui respectent ces principes généraux pour gérer les commerces au travers de ses propres outils d'aménagement du territoire.
 - En contexte frontalier, les législations des 3 premiers pays incitent les promoteurs à y réaliser de nouveaux projets de grande ampleur excentrés, hors quartier d'habitat et loin des nœuds TC
- ⇒ La multiplication des projets excentrés y accroît la dépendance à l'automobile pour le motif achats.



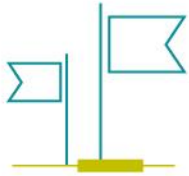
Mobilität, Verkehrsinfrastrukturen und öffentlicher Verkehr

Mobilité, infrastructures de transport et transport public

Der Freiburger Modal-Split



Stadt Münster - Raumfunktionales Konzept – Stadt der kurzen Wege



Choix modaux associés aux déplacements liés au motif achats en Europe du Nord-Ouest

Mode principal	Wallonie	Flandre	Total Belgique	Luxembourg	France	Allemagne	Pays-Bas	Suisse
Voiture conducteur	54,7%	48,4 %	47,9%		56,4%	43,5%	36,9%	39,6%
Voiture passager	18,7%	16,3 %	16,4%		11,2%	11,1%	12,4%	9,4%
Moto	0,3%	0,7 %	0,5%		0,9%	0,6%	0,6%	1,1%
Sous-Total motorisé individuel	73,8%	65,4 %	64,8%	74%	68,5%	55,2%	49,9%	50,1%
A pied	21,0%	18,4%	21,5%	15%	24,6%	26,0%	16,7%	34,0%
Vélo	0,9%	12,9 %	8,6%	2%	2,2%	11,2%	30,1%	5,5%
Sous-total Modes doux	21,9%	31,3 %	30,1%	17%	26,8%	37,3%	46,8%	39,6%
Sous-total TC	4,4%	3,4 %	5,2%	10%	4,5%	7,4%	2,2%	9,9%
Autre	0,0%	0,0%	0,0%		0,1%	0,1%	1,0%	0,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sources : Belgique : Beldam, 2010. Luxembourg : Enquête Luxmobil 2017 - Premiers résultats. Autres pays : Cost Action TU0804: SHANTI : FR - ENTD 2007-08 ; DE - MOP 2006-2010 aggregated ; NL - MON 2006-09 aggregated ; CH - Mikrozensus 2010.